

**ЗАГИДУЛЛИНА М. В.**

**БУДУЩЕЕ ЖУРНАЛИСТИКИ  
В ЭПОХУ ПАНМЕДИАТИЗАЦИИ:  
ОБЗОР ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ МНЕНИЙ**

Аннотация: обзор мнений основных зарубежных и российских научных школ по следующему кругу вопросов: изменение профессиональной культуры журналистики под давлением технологий, ниши профессиональной журналистики в техно-обществе будущего, изменения ключевых требований к профессиональной культуре журналиста (в том числе переход от оперативности к «slow-journalism», возрастание значения психологических взаимодействий, вызовы эмоционально-персонального крена коммуникации, журналистское расследование в эпоху пост-правды и др.). Основная задача автора – на примере обзора темы будущего журналистики показать возможность digital-анализа уплотняющегося исследовательского поля в сфере журналистики.

Ключевые слова: панмедиатизация, медиатизация, журналистская культура, депрофессионализация журнализма, робот-журналистика, эможурнализм, Sketch Engine.

**Zagidullina M. V.**

**THE FUTURE OF JOURNALISM IN ITS PANMEDIATIZED ENVIRONMENT:  
A REVIEW OF THE RESEARCH FIELD**

Abstract: The author focuses on the review of some international and Russian research schools in the following range of issues: change of professional journalism culture under the pressure of technology, niches of professional journalism culture under the pressure of technology, evolution of several key traits of professional journalism culture: shift to «slow-journalism»; increase in the emotional and interpersonal practices; investigative journalism in the era of post-truth.

Keywords: pan-mediatization, mediatization, journalism cultures, deprofessionalization of journalism, robot-journalism, botnet, emojournalism, Sketch Engine.

Современные Journalism Studies посвящены проблеме будущего журналистики в самых разных аспектах. Настоящая статья построена на анализе предметного поля, выполненного с частичным применением методик SLR (systematic literature review).

Причина обращения к SLR-методам обусловлена большим количеством материалов по теме, а также тенденциями Digital Humanities, наметившимися в области анализа данных с помощью инструментов цифрового анализа. Научные статьи всей области изучения в настоящее время расположены в электронных хранилищах, в большинстве случаев доступных обзорам. Это в первую очередь касается все более распространяющегося в мировой науке принципа аннотирования статей на английском языке, выступающем в настоящее время языком универсального научного общения.

Отметим, что в отечественной науке, связанной с изучением СМИ и массовых коммуникаций, культура изучения предметного поля развита недостаточно. Так, нередко публикации по разным темам без анализа трудов предшественников (или содержащие крайне поверхностный анализ некоторых точек зрения, зачастую случайно попавших в поле зрения автора). Очевидно, что распространение

научных статей без глубокого реферирования предшествующей научной мысли ведет к тому, что последующим поколениям ученых работа с такими статьями представляется безынтересной, а, следовательно, возникают условия для репликации идей без приращения собственно научного знания.

Представляется значимым предложить способы преодоления возникших противоречий за счет обращения к опыту зарубежных исследователей, столкнувшихся с геометрическим ростом научной информации ранее, чем это произошло в российской (русскоязычной) науке, и предложивших структурированную методiku систематического обзора научной литературы [4]. Семь шагов анализа, несколько адаптированных к нашим задачам, позволяют обнаружить 128 статей, из которых согласно принципам качественного анализа мы отобрали 56. Заглавия, ключевые слова и аннотации этих статей были подвергнуты автоматической обработке в Sketch Engine. С помощью инструмента «keywords» (в системе под ними понимаются терминосочетания) мы получили краткое описание предметного поля и его понятий. Возможность инструмента «seed words» провести масштабный поиск в системах данных и дать коллекцию качественных ссылок на интересующие нас понятия позволила нам уточнить данные.

В результате digital-анализа предметного поля мы выявили ряд узлов исследовательского внимания в англоязычном пространстве Journalism Studies, связанных с изучением будущего журналистики; все они отражают поиск журналистикой собственной ниши в публичном пространстве, преобразованном сетевыми и электронными коммуникациями:

- переход журналистики в онлайн-пространство и реконфигурация самого понятия «новости» (ключевые концепты: «народная журналистика», «журналистика соучастия как UGC»; добавочные: «гиперлокальные новости»);
- падение нормативной теории (в связи с утратой общественного статуса) и необходимость разработки новой метатеории журнализма (ключевые концепты: «журналистика постправды», «слоу-журнализм»);
- технологии эмоционального воздействия (ключевые концепты «иммерсивная журналистика», «сенсорная журналистика»).

Представляется важным обратить внимание на имена тех исследователей, что оказываются наиболее упоминаемыми сегодня в области изучения будущего журналистики (M. Deuze, McChesney, A. Hermida, D. Hallin, E. Mitchelstein, P. J. Boczkowski, K. McBride, T. Rosenstiel, C. W. Anderson, E. Bell, C. Shirky, R. D. Benson, E. Neveu, T. Hanitzsch и др.). В то же время следует отметить, что предлагаемые подходы к анализу предметного поля фокусируются вокруг принципов частотности, а, следовательно, среди имен больше будет авторов, уже получивших стабильную репутацию в исследовательском поле. В то же время изучение новейших тенденций в развитии журналистики требует большего внимания к самым последним исследованиям (и в этом ограничение предлагаемого подхода). Важно также, что наиболее частой «рамой» рассуждений о будущем журналистики выступает концепция профессионального поля П. Бурдьё.

Два основных вывода: методологический и содержательно-предметный.

Первое. Выявляя с помощью SLR-методов параметры современных исследований и давая им качественную оценку, исследователь получает возможность

своевременного отслеживания ключевых позиций и направлений исследовательской мысли, а также обнаружения ниш собственного исследования. В частности, как показал наш digital-анализ, возникший в начале 2000-х годов так называемый эможурнализм (вовлеченность журналиста в события, репортажи от лица человека, лично переживающего драматическое событие, и другие подобные профессиональные практики) остается на периферии исследований, феномен, возникший в практической журналистике, не изучен. SLR-методы могли бы стать рабочим инструментом научно-исследовательской деятельности в области современного журнализма и стать адекватным ответом на вызовы увеличивающихся объемов научной информации.

Второе. Говоря о будущем журналистики как профессионального поля и объекта изучения, современные исследователи указывают на две основные взаимосвязанные тенденции: пересмотр традиционных теорий журналистики в связи с резкими изменениями в профессиональной деятельности и угрозой собственно профессиональной идентичности журналиста, а также поиск ниш информационного обмена, нуждающихся в профессиональном ассистировании (и необходимости изучения этих новых ниш и практик).

В разделе «Литература» приведен список некоторых работ, включенных в digital-анализ.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Casero-Ripoll's A., Izquierdo-Castillo J., Domínguez-Fabregat H. The journalists of the future meet entrepreneurial journalism: Perceptions in the classroom // *Journalism Practice*. 2016. № 10 (2). P. 286–303.
2. Dominguez-Martin E. Immersive journalism or how virtual reality and video games are influencing the interface and the interactivity of news storytelling // *Profesional de la Informacion*. 2015. № 24 (4). P. 413–423.
3. Drok N., Hermans L. Is there a future for slow journalism?: The perspective of younger users // *Journalism Practice*. 2016. № 10 (4). P. 539–554.
4. Fink A. Conducting research literature reviews: from the internet to paper. London, 2014.
5. Franklin B. The Future of Journalism: Risk, threats and opportunities // *Digital Journalism*. 2016. № 4 (7). P. 806–808.
6. Godler Y., Reich, Z. News Cultures or «Epistemic Cultures»? Theoretical considerations and empirical data from 62 countries // *Journalism Studies*. 2017. P. 1–16.
7. Grosser K. M. Trust in Online Journalism: A conceptual model of risk-based trust in the online context // *Digital Journalism*. 2016. № 4 (8). P. 1036–1057.
8. Hadland A., Lambert P., Campbell D. The Future of Professional Photojournalism: Perceptions of risk // *Journalism Practice*. 2016. № 10 (7). P. 820–832.
9. Le Masurier M. What is Slow Journalism? // *Journalism Practice*. 2015. № 9 (2). P. 138–152.
10. Lindell J., Karlsson M. Cosmopolitan Journalists?: Global journalism in the work and visions of journalists // *Journalism Studies*. 2016. № 17 (7). P. 860–870.
11. Lokot T., Diakopoulos N. News Bots: Automating news and information dissemination on Twitter // *Digital Journalism*. 2016. № 4 (6). P. 682–699.
12. McChesney R. W. Journalism is dead! Long live journalism?: why democratic societies will need to subsidise future news production // *Journal of Media Business Studies*. 2016. № 13 (3). P. 128–135.
13. Min, S.-J. Conversation through journalism: Searching for organizing principles of public and citizen journalism // *Journalism*. 2016. № 17 (5). P. 567–582.

14. Simpson A. Futures journalism: A strategy to shift our focus from current affairs to long-term solutions // *Journal of Futures Studies*. 2016. № 20 (3). P. 143–144.
15. Splichal S., Dahlgren P. Journalism between de-professionalisation and democratization // *European Journal of Communication*. 2016. № 31 (1). P. 5–18.
16. Waite M. How sensor journalism can help us create data, improve our storytelling [Электронный ресурс]. URL: <http://www.poynter.org/how-tos/digital-strategies/210558/how-sensor-journalism-can-help-us-create-data-improve-our-storytelling> (дата обращения 22.02.2017).
17. Weiss A. S. Sensor journalism: Pitfalls and possibilities // *Clave Palabra*. 2016. № 19 (4). P. 1048–1071.
18. Welbers K., Van Atteveldt W., Kleinnijenhuis J., Ruigrok N., Schaper J. News selection criteria in the digital age: Professional norms versus online audience metrics // *Journalism*. 2016. № 17 (8). P. 1037–1053.
19. Zeng M. A., Dennstedt B., Koller H. Democratizing Journalism – How User-Generated Content and User Communities Affect Publishers' Business Models // *Creativity and Innovation Management*. 2016. № 25 (4). P. 536–551.